

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN
HIBAH UNIVERSITAS OSO
TAHUN ANGGARAN 2023**



**QRIS SAKTI UMKM: *BEHAVIORAL INTENSION* DAN
PERSEPSI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA (STUDI
KASUS PADA PELAKU UMKM KOTA PONTIANAK)**

Oleh:

DELTA FENISA, S.E., M.M.

NIDN. 1121099201

PRATIKA LINANDA, S.SY., M.M.

NIDN. 1127029103

ATIN SUMARYANTI, S.E., M.M.

NIDN. 1111118801

HENCE MADE ARYASA, S.E., M.M.

NIDN. 1118057402

GIARTI ASTRIANA, S.E., M.Ak

NIDN. 1105049401

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS OSO
PONTIANAK
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN UNIVERSITAS OSO**

- | | |
|--|--|
| 1. Judul Penelitian | : QRIS SAKTI UMKM: <i>Behavioral Intension</i> dan Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada UMKM Kota Pontianak) |
| 2. Bidang Penelitian | : Manajemen Keuangan |
| 3. Ketua Penelitian | : |
| a. Nama Lengkap | : Delta Fenisa, S.E., M.M. |
| b. Jenis Kelamin | : Laki - Laki |
| c. Disiplin Ilmu | : Manajemen Keuangan |
| d. Fakultas / Prodi | : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen |
| e. Alamat Kota | : Jl. Ilham No.30 B Kota Baru, Pontianak |
| f. HP/ E-Mail | : 081352513893 / deltafenisa@gmail.com |
| 4. Jumlah Anggota Nama Anggota | : Enam Orang
: 1. Giarti Astriana, S.E., M.Ak
: 2. Pratika Linanda, S.Sy., M.M.
: 3. Atin Sumaryanti, S.E., M.M.
: 4. Hence Made Aryasa, S.E., M.M.
: 5. Dr. Yarlina Yacoub, S.E., M.Si
: 6. Ana Fitriana, S.E., M.M |
| 5. Jumlah Mahasiswa yang terlibat Nama Mahasiswa (NIM) | : Tiga Orang
: 1. Fitria (NIM.200101105)
: 2. M. Fickry Ramdani (NIM.2001011021)
: 3. Feby Kristanti (NIM.2201011021) |
| 6. Lokasi | : Pontianak Selatan |
| 7. Luaran yang dihasilkan | : Publikasi jurnal nasional terakreditasi peringkat 1-6 |
| 8. Jumlah Biaya Terbilang | : Rp. 3.000.000,00
: Tiga Juta Rupiah |



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yarlina Yacoub, S.E., M.Si
NIP.196211201989032003

Pontianak, 31 Juli 2023

Ketua

Delta Fenisa, S.E., M.M.
NIDN. 1121099201

Menyetujui,
Ketua LP2M UNOSO

Dr. Sofi Siti Shofiyah
NIDN. 1118128804

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	8
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	11
BAB V KESIMPULAN	24
BAB VI RINCIAN PENGGUNAAN DANA.....	26
DAFTAR PUSTAKA.....	28
LAMPIRAN	30

RINGKASAN

Dalam rangka menyongsong ekonomi digital tahun 2025, Bank Indonesia (BI) berupaya menciptakan efisiensi dan efektivitas layanan pembayaran non tunai di sektor retail yang inklusif khususnya segmen mikro, pada pengujung tahun 2022 BI mencatat adanya kenaikan *Banking Digital* yang termasuk didalamnya *Digital Payment* berbasis QRIS yang semakin diminati masyarakat. Berdasarkan survei BI, QRIS menjadi urutan teratas diikuti dengan QR Code lainnya seperti Gopay, OVO, Link Aja, Paytren dan lainnya, sedangkan pelaku UMKM yang menggunakan QRIS di Kota Pontianak sebanyak 175.126 pengguna guna mendapatkan kemudahan bertransaksi yang artinya kesempatan untuk menggunakan *digital payment* makin mudah diakses oleh beberapa kalangan dan kesempatan untuk mengembangkan produk usaha juga semakin luas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *behavioral intension* dan persepsi terhadap kepuasan pengguna QRIS bagi pelaku UMKM yang ada di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, dimana penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan dua metode pendekatan yaitu metode observasi dan metode studi Pustaka, populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM khususnya pengguna QRIS Sakti yang berada di Kota Pontianak, tepatnya di Pontianak Selatan, Kelurahan Sungai Bangkong, Kalimantan Barat, teknis pelaksanaan observasi dan wawancara kurang lebih 14 hari dengan data pelaku UMKM yang menggunakan QRIS tidak lebih dari 100 UMKM, Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) dalam penelitian ini menggunakan TKT 3 dimana target luaran dari penelitian ini berupa publikasi jurnal nasional terakreditasi peringkat 1-6 dengan status *Accepted* yang nantinya akan dibuktikan dengan surat keterangan *Accepted*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh *Behavioral Intension* dan Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Kota Pontianak). Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan data primer, populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM khususnya pengguna QRIS Sakti yang berada di Kota Pontianak, tepatnya di Pontianak Selatan, Kelurahan Sungai Bangkong, Kalimantan Barat, dengan jumlah sampel sebanyak 30, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* sampling dan menggunakan SPSS 27 sebagai alat pengolahan data.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Behavioral Intension* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna nilai singnifikansi sebesar 0,004 dengan nilai koefisien -0,075 yang artinya memiliki penaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, sedangkan Perceptioan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna nilai singnifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien 0,354 yang artinya memiliki penaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM.

Kata Kunci: *Behavioral Intension, Perception*, Kepuasan Pengguna, UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Sejak dikeluarkan mandat dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2022 kepada seluruh pelaku UMKM dan masyarakat untuk menggunakan QRIS guna menyongsong ekonomi digital dalam hal menciptakan efisiensi dan efektivitas layanan pembayaran nontunai disektor retail yang inklusif khususnya segmen mikro maka QRIS menjadi salah satu inistiaf baru dalam hal pembayaran digital dan mendapat sambutan hangat dari masyarakat khususnya para pelaku ekonomi yang terbukti pada penghujung tahun 2022 BI mencatat adanya kenaikan *Banking digital* yang termasuk didalamnya *digital payment* berbasis QRIS yang semakin diminati masyarakat. Berdasarkan survei BI, QRIS menjadi urutan teratas diikuti dengan QR Code lainnya yakni Gopay, OVO, Link Aja, Paytren dan lainnya, disatu sisi dengan munculnya berbagai *platform* maupun *marketplace* yang membuka ruang semakin luas bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya guna menjangkau beberapa wilayah bahkan mancanegara yang mengharuskan pelaku UMKM harus mampu menghadapi perkembangan teknologi agar tidak ketinggalan dengan produk lainnya (1) Sejak diluncurkan pada tahun 2019, perkembangan QRIS sangatlah cepat hingga tahun 2020 menjadi 20 juta pengguna merchant yang menggunakan QRIS(2) bertambahnya jumlah pengguna QRIS ini seiring dengan peningkatan inklusi keuangan Indonesia yang ditargetkan pada tahun 2024 dapat mencapai 90 persen (3) dengan adanya perkembangan digitalisasi UMKM melalui QRIS, banyak UMKM di Kota Pontianak yang sudah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran nontunai, hingga sekarang terdapat 175.126 pedagang yang menggunakan QRIS untuk kemudahan transaksi yang artinya kesempatan untuk menggunakan *digital payment* makin mudah diakses oleh beberapa kalangan dan kesempatan untuk mengembangkan produk usaha juga semakin luas (4). Berdasarkan data BI, jumlah pengguna QRIS di Indonesai sebanyak 28,5 juta pada tahun 2022 dengan mayoritas pengguna QRIS terbanyak berada dipulau Jawa yakni 20,95 Juta, diikuti dengan pulau Sumatra sebanyak 4,75

pengguna QRIS sedangkan untuk Kalimantan sendiri sebanyak 1,25 juta yang menduduki posisi ketiga diikuti dengan pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua sebanyak 1,18 Juta (5).

Meningkatnya mobilitas dan daya beli masyarakat membuat *digital payment* semakin meningkat termasuk QRIS yang juga diiringi dengan naiknya penggunaan QRIS karena proses yang mudah dan didukung oleh *smartphone* hal inilah yang menjadi daya tarik peneliti untuk meneliti lebih luas dan mendalam terkait penggunaan QRIS bagi UMKM Kota Pontianak dan seberapa besarnya pengaruh penggunaan QRIS tersebut berdampak pada *Behavioral Intension* dan Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna dengan menggunakan kombinasi *technology acceptance model* (TAM) dan *theory of planned behaviour* (TPM) untuk membantu dalam proses pengekplorasioan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS bagi UMKM Kota Pontianak tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat menarik pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- 1.2.1. Apakah *Behavioral Intension* berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti pada pelaku UMKM di Kota Pontianak
- 1.2.2. Apakah Persepsi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti pada pelaku UMKM di Kota Pontianak

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1. Untuk menganalisis pengaruh *Behavioral Intension* terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti pada Pelaku UMKM di Kota Pontianak
- 1.3.2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti pada Pelaku UMKM di Kota Pontianak

1.4. Luaran Penelitian

Adapun target luaran dari penelitian ini berupa publikasi jurnal nasional terakreditasi peringkat 1-6 dengan status *Accepted* yang nantinya akan dibuktikan dengan surat keterangan *Accepted*

1.5.Keutamaan (Urgensi) Penelitian

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena fenomena penggunaan QRIS Sakti makin tahun makin meningkat hal ini dibuktikan dengan data jumlah pengguna mencapai 28,5 juta pengguna, dan untuk Kalimantan sendiri sebanyak 1,25 juta yang menduduki posisi ketiga diikuti dengan pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua sebanyak 1,18 Juta, untuk itulah peneliti tertarik meneliti lebih dalam seberapa besar pengaruh penerapan behavioral intension dan persepsi terhadap kepuasan pengguna QRIS Sakti pada Pelaku UMKM di Kota Pontianak

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Behavioral Intention*

Behavioral intentions (niat berperilaku) telah didefinisikan oleh Goode dan Harris (2007: 513) sebagai kesadaran seseorang untuk mendesak upaya menampilkan dibentuk dari evaluasi personal dan konstruksi normatif. Menurut Oliver (1999: 35) “*Behavioral intentions* atau niatan perilaku disamakan dengan “*conative loyalty* atau niat untuk membeli”. Dalam hal ini *behavioral intentions* dapat diartikan sebagai loyalitas pelanggan pada tahap konatif yaitu adanya komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian. Dasar loyalitas atau kesetiaan pelanggan sebenarnya berkembang mengikuti empat tahapan yaitu loyalitas kognitif, loyalitas afektif, loyalitas konatif, dan loyalitas tindakan. *Behavioral intentions* atau niatan perilaku pada pelanggan restoran didefinisikan sebagai suatu kecenderungan atau kemungkinan yang akan dilakukan pelanggan untuk kembali membeli, merekomendasikan restoran untuk keluarga, teman-teman, dan lain-lain di masa depan (Ryu et al., 2008: 461).

Dengan demikian pengertian *behavioral intentions* atau niatan perilaku adalah kecenderungan konsumen untuk mengulang kembali atau tidak terhadap layanan yang dilakukan oleh pihak produsen. *Behavioral intentions* dapat ditunjukkan dari niatan perilaku positif seperti keinginan untuk mengulagi pembelian, menyebarkan *positive word of mouth*, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. *Behavioral intentions* juga dapat ditunjukkan dari niatan perilaku negatif, seperti mengadu, berpindah atau berhenti membeli

2.2. *Perception*

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception*, dari *percipere* yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi (*perception*) dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu

(Sobur, 2009: 445). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi yaitu tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. (KBBI, 2005: 863). Sarlito Wirawan Sarwono dalam bukunya yang berjudul Pengantar Psikologi Umum (2014: 86) mengatakan bahwa persepsi adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, memfokuskan dan sebagainya, yang selanjutnya diinterpretasikan. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Arbi, 2012: 99).

Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Persepsi mengubah sensasi menjadi informasi (Mubarok, 2014: 114). Dalam ilmu psikologi dibedakan antara proses sensasi dengan persepsi. Sensasi ialah penerimaan stimulus melalui alat indra, sedangkan persepsi adalah menafsirkan stimulus itu dalam otak (Azhari, 2004: 106)

2.3. *State of the art*

Adapun *State of the art* dalam penelitian ini, seberapa besar dampak penggunaan QRIS Sakti bagi UMKM yang ada di Kota Pontianak, dimana dalam penelitian terkait dengan *Behavioral Intension* dan Persepsi belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya dan masih hanya dilakukan di beberapa luar pulau Kalimantan dan dari beberapa artikel sejenis yang meneliti tidak ada satupun yang meneliti terkait kepuasan pengguna QRIS Sakti bagi UMKM Kota Pontianak dan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan menganalisis data secara lebih mendalam dan menyeluruh terkait *Behavioral Intension* dan Persepsi terhadap kepuasan pengguna QRIS Sakti di mata UMKM yang ada di Kota Pontianak khususnya Pontianak Selatan, penelitian sebelumnya menyatakan UMKM memiliki persepsi positif terhadap QRIS, dimana indikasi UMKM menggunakan QRIS dipengaruhi oleh

Behavioral Intension dan persepsi positif dan pengaruh dari pihak luar antara pembeli, teman dekat dan para *influencer* (6) penelitian sejenis membuktikan bahwa semakin besar persepsi manfaat, semakin mudah penggunaan QRIS, dan semakin banyak rekomendasi dari teman dan konsumen maka akan semakin besar pengaruh *Behavioral Intension* bagi UMKM untuk menggunakan QRIS akan tetapi juga terdapat beberapa kendala penggunaan QRIS seperti koneksi internet yang kurang baik, dan adanya biaya transaksi dan limit pembiayaan (7) *Behavioral intension* dari QRIS melalui Aplikasi *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, artinya pengguna telah merasakan manfaat dan kemudahan ketika menggunakan QRIS sehingga dapat mempengaruhi minat sekaligus meningkatkan penggunaan QRIS dimasa depan (8) *behavioral intension*, persepsi manfaat, kemudahan dan resiko memiliki pengaruh terhadap minat intensitas penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran (9) kemudahan menggunakan QRIS dirasakan manfaatnya oleh pengguna dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh signifikan dari adanya QRIS (10) dan (11) dimana QRIS memiliki peran yang cukup penting bagi perkembangan UMKM di era digital (12) fitur pembayaran nontunai juga mempengaruhi kepuasan pengguna (13) sedangkan penelitian sejenis menjelaskan bahwa belum sepenuhnya pelaku UMKM mendapatkan edukasi tentang penggunaan QRIS sehingga masih banyak pedagang belum mengerti sepenuhnya (14) dan kendala-kendala seperti tidak stabilnya koneksi internet, permasalahan kuota internet, dan terkait biaya (15)

2.4. Peta jalan (*road map*) penelitian 5 tahun kedepan

Sejalan dengan Visi, Misi Program Studi Manajemen FEB Universitas OSO Menjadi Program Studi Manajemen yang Unggul, Inovatif, Adaptif dan Berkeadaban yang membentuk lulusan berdaya saing global, maka Program Studi Manajemen telah membuat *Roadmap penelitian* terkait dengan pelaksanaan Visi dan Misi tersebut, hal ini juga sejalan dengan penelitian yang akan kami analisis dan kembangkan terkait dengan perkembangan *Digital Payment* di era 5.0 yang kedepannya akan bermuara pada 3 (tiga) fokus kajian keilmuan meliputi Manajemen pariwisata dan perhotelan, manajemen *digital marketing* dan manajemen keuangan yang mana sesuai dengan *roadmap* penelitian Program Studi Manajemen pada penelitian awal tahun 2021-2023

fokus pada Analisis dan Pengenalan Konsep Kajian, tahun 2024-2026 Merumuskan Target Kajian, 2027-2029 Pengembangan Kajian dimana Output penelitian berupa Publikasi Ilmiah, Porsising, Modul dan Bahan Ajar.

Untuk *Roadmap* penelitian ini, peneliti akan berfokus pada *digital payment* selama beberapa tahun kedepannya, dikarenakan perkembangan teknologi baik perkembangan *digital payment* dari tahun ketahun semakin meningkat dan bahkan jumlah pengguna juga semakin berkembang seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat masyarakat dan juga semakin banya *e-commerce* bermunculan yang artinya 2 (dua) sampai 5 (tahun) kedepannya pekembangan *digital payment* juga akan semakin banyak diminati tidak hanya pada Penggunaan QRIS Sakti semata tetapi penggunaan Aplikasi *Digital Payment* serupa kedepannya.



Gambar 2.1 Peta Jalan (*Road Map*) Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, menurut sugiyono dalam kharisma bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu (16). Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 2 (dua) tahapan metode penelitian meliputi Metode Observasi dan Metode Studi Pustaka (17)

3.1.1. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka atau disebut juga tinjauan pustaka (*literature review*) merupakan sebuah aktivitas untuk meninjau atau mengkaji kembali berbagai literatur yang telah dipublikasikan oleh akademisi atau peneliti lain sebelumnya terkait topik yang akan kita teliti.(18) Pada metode ini peneliti mendapatkan sumber data dengan cara mengumpulkan referensi pendukung melalui buku, jurnal, majalah dan sumber lainnya guna menunjang penelitian ini, dimana metode ini digunakan dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan Pengaruh Penggunaan QRIS Sakti UMKM terhadap *Behavioral Intension* dan Persepsi Pengguna

3.1.2. Metode Observasi

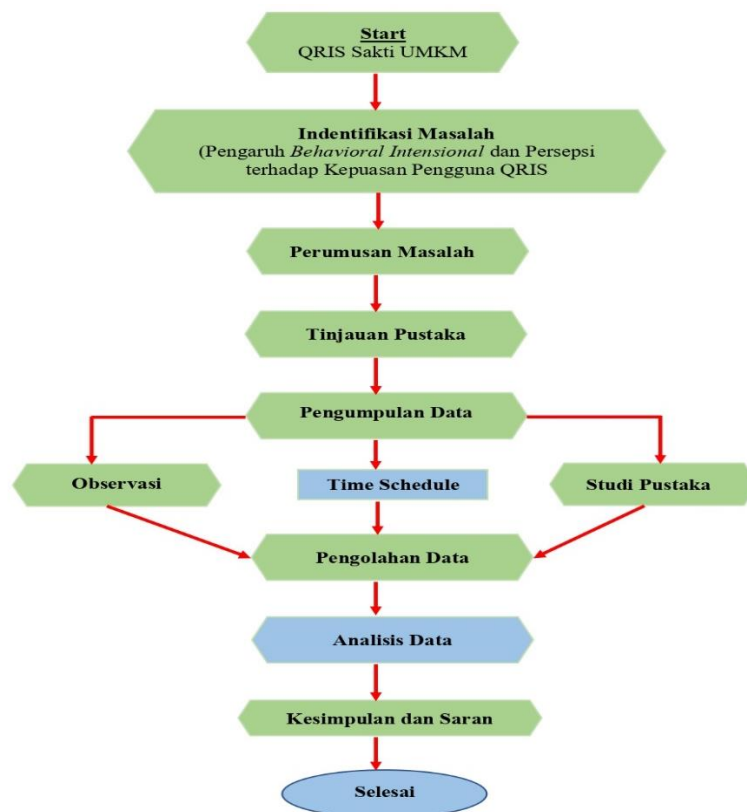
Observasi sebagai metode pengumpulan data dapat mencapai hasil yang baik apabila observasi tersebut dilaksanakan berdasarkan petunjuk-petunjuk yang ada. Petunjuk yang bersifat umum yang mendasari setiap pelaksanaan observasi menurut Winarno Surachmad (2009) Pada metode ini peneliti melakukan observasi terjun langsung kelapangan dan pengamatan terkait permasalahan yang terjadi dilapangan yang erat kaitannya dengan objek yang akan diteliti yaitu pengguna QRIS Sakti bagi UMKM Kota Pontianak

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(19)

Populasi penelitian ini adalah UMKM khususnya Pengguna QRIS yang berada di Kota Pontianak, terkhususnya pada Kecamatan Pontianak Selatan Kelurahan Sungai Bangkong, Teknis Pelaksanaan Observasi dan wawancara membutuhkan waktu sekitar 2 minggu (14 Hari Kerja) dengan data pelaku UMKM yang menggunakan QRIS Sakti tidak lebih dari 100 UMKM, dimana wawancara dilaksanakan setelah observasi dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan hasil observasi tentang subjek penelitian

Secara garis besar metode penelitian yang akan dilaksanakan seperti pada diagram alir dibawah ini



Gambar 2.2 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir ini merupakan gambaran dari Langkah-langkah penelitian, metodologi penelitian ini bermula dari indentifikasi masalah, perumusan masalah, tinjauan pustak, pengumpulan data (observasi, wawancara dan review jurnal), pengolahan data, analisis data (20) (analisis Regresi Liner Berganda), Hasil dan Pembahasan, Kesimpulan dan saran.

Berikut uraian singkat diagram alir penelitian:

- 1) Identifikasi Masalah dengan cara mencermati pengaruh perkembangan *digital payment* QRIS Sakti UMKM Kota Pontianak terhadap Behavioral Intension dan Persepsi
- 2) Perumusan Masalah, Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *Behavioral intension* dan persepsi terhadap kepuasan pengguna QRIS pada UMKM Kota Pontianak, khususnya Pontianak Selatan kelurahan sungai bangkong.
- 3) Tinjauan Pustaka, dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membaca dan memahami jurnal, dan literatur yang berkaitan dengan penelitian dan mendapatkan teori – teori yang relevan agar penelitian bersifat logis dan lebih terarah.
- 4) Pegumpulan Data, dilakukan untuk mendapatkan jumlah populasi dan sampel dengan metode observasi dan wawancara terhadap pengguna QRIS pada UMKM yang ada di Kota Pontianak, Kecamatan Pontianak Selatan, Kelurahan Sungai Bangkong.
- 5) Pengolahan Data, pada tahapan ini dilakukan untuk menentukan apakah suatu data memenuhi syarat atau tidak, karena jika tidak, maka hasil penelitian tidak akan akurat.
- 6) Analisis Data, dilakukan untuk menjelaskan hasil dari pengolahan data yang telah ditentukan yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan QRIS pada UMKM yang ada di kota Pontianak, Kecamatan Pontianak Selatan terhadap *Behavioral Intension* dan perspsi.
- 7) Kesimpulan dan Saran, Langkah akhir dari penelitian ini adalah menarik kesimpulan bersadasarkan hasil pengolahan data dan analisis data serta memberikan saran dan temuan bsru yang nantinya akan dapat digunakan pada penelitian berikutnya terhadap pengaruh perkembangan *digital payment* yang sejenisnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum UMKM di Indonesia

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berperan dalam peningkatan perekonomian di Indonesia dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan dan membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan, karakteristik UMKM di Indonesia terlihat jelas dengan banyaknya pelaku usaha yang tersebar di seluruh daerah dan juga mampu menyerap tenaga kerja, sampai saat ini UMKM merupakan salah satu sektor yang menopang perkenonomian Indonesia, tercatat pada tahun 2019 kontribusi sektor UMKM terhadap PDB terus meningkat sebesar 60.51 %, disisi lain kontribusi sektor UMKM dalam hal penyerapan tenaga kerja juga sangat tinggi sebesar 96,92 %.

Berikut ini data perkembangan UMKM tahun 2018-2019 berdadarkan Badan Pusat Statistik (BPS,2020) terlihat bahwa perkembangan sektor UMKM dari tahun 2018-2019 tumbuh sebesar 1,98 % atau sebesar 1.271.440, sedangkan untuk Indikator Tenaga Kerja, terlihat bahwa Jumlah Tenaga Kerja yang bekerja di Sektor UMKM dari tahun 2018-2019 sebanyak 2,21 atau sebanyak 2.584.212 tenaga kerja yang terbagi kedalam beberapa Indikator sektor yaitu Usaha Mikro (Umi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB) yang masing-masing total menyerap tenaga kerja sebesar 9,66 %.

Tabel 4.1.
Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 - 2019

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2018 ^{*)}		TAHUN 2019 ^{**)}		PERKEMBANGAN TAHUN 2018-2019	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	64.199.606		65.471.134		1.271.528	1,98
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	64.194.057	99,99	65.465.497	99,99	1.271.440	1,98
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67	1.251.130	1,97
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783.132	1,22	798.679	1,22	15.547	1,99
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	60.702	0,09	65.465	0,10	4.763	7,85
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5.550	0,01	5.637	0,01	87	1,58

2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	120.598.138		123.368.672		2.770.534	2,30
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	116.978.631	97,00	119.562.843	96,92	2.584.212	2,21
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	107.376.540	89,04	109.842.384	89,04	2.465.844	2,30
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	5.831.256	4,84	5.930.317	4,81	99.061	1,70
	- Usaha Menengah(UM)	(Orang)	3.770.835	3,13	3.790.142	3,07	19.307	0,51
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.619.507	3,00	3.805.829	3,08	186.322	5,15
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	14.838.756,0		15.832.535,4		993.779,4	6,70
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	9.062.581,3	61,07	9.580.762,7	60,51	518.181,3	5,72
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	5.605.334,9	37,77	5.913.246,7	37,35	307.911,8	5,49
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.423.885,1	9,60	1.508.970,1	9,53	85.085,0	5,98
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	2.033.361,3	13,70	2.158.545,8	13,63	125.184,5	6,16
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	5.776.174,7	38,93	6.251.772,7	39,49	475.598,1	8,23
4	PDB ATAS DASAR HARGA KONSTAN 2000 (A+B)	(Rp. Milyar)	9.995.305,9		12.309.904,8		2.314.598,9	23,16
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	5.721.148,1	57,24	7.034.146,7	57,14	1.312.998,6	22,95
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	2.927.890,5	29,29	3.701.368,0	30,07	773.477,5	26,42
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.355.705,7	13,56	1.536.961,1	12,49	181.255,3	13,37
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	1.437.551,9	14,38	1.795.817,7	14,59	358.265,8	24,92
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	4.274.157,9	42,76	5.275.758,1	42,86	1.001.600,2	23,43

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang diolah dari data

Tercatat pada Februari 2023, Jumlah Pengguna QRIS di Kalimantan Barat mengalami peningkatan sebanyak 391.857 dibandingkan pada tahun 2022 sebanyak 25.223 dimana peningkatan juga di perkuat dengan volume transaksi QRIS pada februari 2023 mencapai 1.233.427 transaksi selama tahun berjalan meningkat dibandingkan tahun 2022 hanya sebanyak 627.793 transaksi selama tahun berjalan (21) jumlah pengguna QRIS terbanyak didominasi oleh Kota Pontianak dengan jumlah pengguna QRIS sebanyak 111.772, diikuti Kota Singkawang, Kabupaten Ketapang, Kabupaten Kubu Raya dan Kabupaten Sambas dengan masing-masing total pengguna QRIS sebanyak 22.993 untuk Kota Singkawang, 22.530 Untuk Kabupaten Ketapang, 22.412 Untuk Kabupaten Kubu Raya, dan 16.688 Untuk Kabupaten Sambas.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini menggunakan Analisis statistik deskriptif yang mana pada hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan teratur mengenai suatu kegiatan, ukuran yang digunakan dalam analisis deskriptif meliputi mean, median Skewness, Kurtosis, Minimum dan Maksimum, setelah dilakukan pengujian menggunakan software SPSS 27 didapatkan hasil statistik deskriptif pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4. 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

		BI_X1	P_X2	KP_Y
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Mean		20.27	19.17	20.6667
Median		20.50	20.00	20.5000
Std. Deviation		3.205	3.992	2.92826
Skewness		-.616	-.539	-.248
Std. Error of Skewness		.427	.427	.427
Kurtosis		.456	-.017	-.260
Std. Error of Kurtosis		.833	.833	.833
Minimum		12	10	15.00
Maximum		25	25	25.00
Sum		608	575	620.00

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui memiliki dua variabel yaitu *Behavioral Intension* (X_1), Variabel *Perception* (X_2), dan Variabel Kepuasan Pengguna (Y), dengan total sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Dimana variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 20,27, nilai maksimum 25, nilai minimum 12 serta standar deviasi sebesar 3.205, Variabel *Perception* (X_2) memiliki rata-rata (mean) sebesar 19,17, nilai maksimum 25, nilai minimum 10 serta standar deviasi sebesar 3,992, sedangkan untuk variabel Kepuasan Pengguna (Y) memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 20,66, dengan nilai

maksimum 25, nilai minimum 15 serta nilai standar deviasi untuk variabel Kepuasan Pengguna sebesar 2.928.

4.3. Uji Validitas

Berikut ini peneliti sajikan hasil uji validitas dengan asumsi sebagai berikut:

- 1) Menggunakan Nilai Singnifikansi (P-Value)
- 2) Nilai Signifikansi < 0,05 Berkesimpulan Valid
- 3) Nilai Signifikansi > 0,05 Berkesimpulan Tidak Valid

4.3.1. Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Behaviroal Intension (X_1)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Behavioral Intension

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X5.1	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.785**	.612**	.714**	.150	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.428	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.785**	1	.611**	.801**	.040	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.834	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.612**	.611**	1	.649**	.295	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.714**	.801**	.649**	1	.212	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.262	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X5.1	Pearson Correlation	.150	.040	.295	.212	1	.440*
	Sig. (2-tailed)	.428	.834	.113	.262		.015
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.862**	.840**	.821**	.874**	.440*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) Berkesimpulan Valid

4.3.2. Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Perception (X_2)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Perception

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.734**	.661**	.463**	.283	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.734**	1	.882**	.671**	.400*	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.661**	.882**	1	.788**	.517**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.463**	.671**	.788**	1	.847**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.283	.400*	.517**	.847**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.130	.028	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.757**	.882**	.919**	.899**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel *Perception* (X_2) Berkesimpulan Valid

4.3.3. Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Kepuasan Pengguna

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.746**	.703**	.566**	.597**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.746**	1	.897**	.658**	.682**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.703**	.897**	1	.690**	.566**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.566**	.658**	.690**	1	.676**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30

Y5	Pearson Correlation	.597**	.682**	.566**	.676**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.830**	.926**	.897**	.837**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel Kepuasan Pengguna (Y) Berkesimpulan Valid.

4.4.Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali, Variabel dikatakan Reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.

4.4.1. Uji Reliabilitas Item Pertanyaan untuk Variabel Behavioal Intension (X_1)

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk
Variabel *Behavioal Intension*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel *behavioral Intension* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,823 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,823 > 0,70$, maka dapat disimpulakn bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Reliabel

4.4.2. Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Perception (X_2)

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan
Untuk Variabel Perception

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel *Perception* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,891 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,891 > 0,70$, maka dapat disimpulakn bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Realiabel

4.4.3 Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk
Variabel Kepuasan Pengguna

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	5

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,913 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,913 > 0,70$, maka dapat disimpulakn bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Realiabel

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Tabel 4.9
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74721100
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.074
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.664
	99% Confidence Interval	Lower Bound .652
		Upper Bound .676

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas terlihat bahwa hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0,200, dengan asumsi bahwa jika nilai *Asymp* Signifikansinya lebih besar dari pada 0,05 ($>0,05$) maka terdistribusi normal, maka pada uji normalitas menyatakan bahwa hasil uji normalitas terdistribusi normal ($0,200 > 0,05$).

4.5.2. Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *uji Glejser* dengan dilakukan regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya, dengan asumsi jika nilai signifikansi variabel bevas dengan variabel absolute residual lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas, Berikut hasil Uji Heterokedastisitas tabel 4.10 dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.944	2.162		.437	.666
	BI_X1	.097	.094	.199	1.032	.311
	P_X2	-.036	.076	-.092	-.479	.635

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas Variavel *Behavioral Intension* (X_1) menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,311 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,311 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intension* tidak terjadi gejala heterokedastisitas, demikian pula dengan variabel *Perception* (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,635 lebih besar dari 0,05 ($0,635 > 0,05$) maka dapat disimpulkan variabel *Perception* tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4.5.3. Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini menggunakan uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan asumsi jika nilai tolerance $> 0,100$ dan VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi gejala

multikolinieritas, berikut ini peneliti sajikan hasil uji Multikolinieritas menggunakan Uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel 4.11 dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000		
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.687	.956	1.046
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.066	.956	1.046

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas terlihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai tolerance 0,956 lebih besar dari taraf signifikansi 0,100 ($0,956 > 0,100$) dan nilai VIF sebesar 1,046 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi ($1,046 < 10,00$) yang artinya variabel *Behavioral Intension* (X_1) pada uji Multikolinieritas sudah terpenuhi dan tidak terjadi gejala autokorelasi, sedangkan untuk Variabel *Perception* (X_2) memiliki nilai tolerance 0,956 lebih besar dari taraf signifikansi 0,100 ($0,956 > 0,100$) dan nilai VIF 1,046 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi ($1,046 < 10,00$) yang artinya variabel *Perception* (X_2) tidak terjadi gejala multokolinieritas.

4.5.4. Uji Simultan (Uji F)

Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka Variabel Independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen, berikut ini hasil uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.12
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.799	2	14.899	1.838	.001 ^b
	Residual	218.868	27	8.106		
	Total	248.667	29			

a. Dependent Variable: KP_Y

b. Predictors: (Constant), P_X2, BI_X1

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas pada pengujian simultan (Uji F), nilai signifikan sebesar 0,001 atau lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) dan variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y).

4.5.5. Uji Hipotesis

4.5.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka Variabel Independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, berikut ini hasil uji Parsial (Uji t) pada tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.13
Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.004
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.003
a. Dependent Variable: KP_Y						

Sumber : Data Olahan (2023)

Pada tabel 4.13 diatas terlihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 yang artinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,004 < 0,05$ maka pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan untuk variabel *Perception* (X_2) nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

4.6. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.004
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.003

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17.084 - 0,069X_1 + 0,260X_2$$

Interprestasi pada persamaan regresi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 17.084 memiliki arti bahwa variabel *Behavioral Intension* dan *Perception* yang diasumsikan bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pengguna adalah sebesar 17.084
2. Nilai Koefisiensi Regresi variabel *Behavioral Intension* bernilai negatif sebesar -0,069 artinya kenaikan satu persen / 1 % variabel *Behavioral Intension* akan menyebabkan penurunan terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,069.
3. Nilai Koefisien regresi variabel *Perception* bernilai positif sebesar 0,260 artinya apabila ada kenaikan 1 % (satu persen) variabel *perception* maka akan menyebabkan kenaikan kenaikan pada Kepuasan Pengguna sebesar 0,260.

4.7. Pembahasan dan Hasil Penelitian

4.7.1. Behaviroal Intension dan Kepuasan Pengguna

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai singnifikansi sebesar 0,004 dengan nilai koefisien - 0,075 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, dimana hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pamuji pada tahun 2023 (22) hasil dari penelitian dan pengujian

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS Sakti, selain itu penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Meita pada tahun 2016 dimana *behavioral intension* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (23), pada penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas pengguna QRIS maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna dan ini juga sejalan dengan semakin banyaknya jumlah pengguna QRIS di Kota Pontianak dengan total pengguna sebanyak 111.772, diikuti Kota Singkawang, Kabupaten Ketapang, Kabupaten Kubu Raya dan Kabupaten Sambas dengan masing-masing total pengguna QRIS sebanyak 22.993 untuk Kota Singkawang, 22.530 Untuk Kabupaten Ketapang, 22.412 Untuk Kabupaten Kubu Raya, dan 16.688 Untuk Kabupaten Sambas.

4.7.2. Perception dan Kepuasan Pengguna

Dari Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel *Perception* (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien 0,354 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, dimana hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rivai pada tahun 2017 dimana persepsi terhadap kepuasan pengguna (24) artinya semakin tinggi tingkat persepsi pengguna terhadap suatu produk / layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu produk yang digunakan oleh pengguna, pada penelitian ini peneliti membuktikan bahwa persepsi terhadap QRIS Sakti terbukti berpengaruh positif dan signifikan dan sejalan juga dengan semakin banyaknya pengguna QRIS dikalangan UMKM Khususnya UMKM yang ada di Kota Pontianak

4.8. Jadwal Penelitian

Tabel 4.14
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan				
		Agust	Sept	Okto	Nov	Des
1	Persiapan Penelitian					
2	Survei dan Pengambilan data Pengguna QRIS pada UMKM Kota Pontianak,					
3	Pengumpulan Data Pengguna QRIS pada UMKM Kota Pontianak					
4	Pengolahan Data hasil Observasi dan tinjau pustaka					
5	Analisis Data					
6	Pembuatan Artikel ilmiah (luaran wajib)					
7	Penyusunan Laporan dan Publikasi Artikel					

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang QRIS Sakti UMKM: *Behavioral Intension* dan Persepsi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Kota Pontianak) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Behavioral Intension* Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna studi Kasus pada UMKM yang ada di Kota Pontianak tepatnya di Pontianak Selatan dimana pada pengujian Uji Parsial (Uji t) variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 yang artinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,004 < 0,05$ maka pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, semakin tinggi intensitas pengguna QRIS maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna dan ini juga sejalan dengan semakin banyaknya jumlah pengguna QRIS di Kota Pontianak dengan total pengguna sebanyak 111.772 baik kalangan pelaku UMKM maupun Konsumen
2. Variabel *Perception* Berpengaruh Positif dan Singifikan terhadap Kepuasan Pengguna studi kasus pada UMKM yang ada di Kota Pontianak dimana variabel *Perception* (X_2) nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna yang artinya semakin tinggi tingkat persepsi pengguna terhadap suatu produk / layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu produk yang digunakan oleh pengguna, pada penelitian ini peneliti membuktikan bahwa persepsi terhadap QRIS Sakti terbukti berpengaruh positif dan signifikan dan sejalan juga dengan semakin banyaknya pengguna QRIS kalangan UMKM Khususnya UMKM yang ada di Kota Pontianak

5.2. Saran dan Rekomendasi

1. Untuk pelaku UMKM yang sudah menggunakan QRIS Sakti perlu dilakukan lakukan sosialisasi ulang terkait pentingnya penggunaan QRIS dan kemudahan

dalam melakukan pembayaran, yang tentunya juga akan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM

2. Untuk Pelaku UMKM yang belum menggunakan QRIS, sebaiknya segera menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran
3. Untuk Bank Indonesia disarankan untuk terus melakukan sosialisasi bukan hanya kepada konsumen akhir saya melaiknak kepada pelaku UMKM pemula agar memberikan kepercayaan dan kemudahan dalam bertransaksi

BAB VI

RINCIAN PENGGUNAAN DANA

Uang yang diterima (belum dipotong pajak) : Rp. 3.000.000,-
 Tahap I : Rp. 2.100.000
 Tahap II : Rp. 900.000
 Jumlah Penggunaan Dana : Rp. 3.000.000
 Sisa : Rp. 0

REKAPITULASI PENGGUNAAN DANA

1. Honor Output Kegiatan (jika ada)

No	Nama	Jabatan	Jam	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Delta Fenisa	Ketua	15	50.000	750.000
2	Giarti Astriana	Anggota	6	50.000	300.000
3	Hence Made Aryasa	Anggota	6	50.000	300.000
4	Atin Sumaryanti	Anggota	6	50.000	300.000
Jumlah Biaya (Rp)					1.650.000

2. Belanja Bahan Habis Pakai

No	Nama Item	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
Peralatan dan Alat Tulis Kantor					
1	Kertas A4	3	Rim	45.000	135.000
2	Map Biola	6	pcs	5000	30.000
3	Jilid Laporan Kemajuan	2	Pcs	7.500	15.000
4	Jilid Laporan Akhir	2	Pcs	7.500	15.000
5	Pulpen Keno	1	Pcs	5000	5000
Konsumsi					
6	Uang Makan	10	OK	30.000	300.000
Transport					
7	Transport Dosen	4	OK	100.000	400.000
8	Transport Mahasiswa 1	3	OK	50.000	150.000
9	Transport Mahasiswa 2	3	OK	50.000	150.000
10	Transport Mahasiswa 3	3	OK	50.000	150.000
Jumlah Biaya (Rp)					1.350.000

3. Belanja Barang Operasional Lainnya

No	Nama Item	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
Konsumsi rapat					
	-				
	Jumlah Biaya (Rp)				

Pontianak, 27 Oktober 2023
Ketua

Delta Fenisa, S.E., M.M.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sandro Gatra. Kompas.com. 2023. p. 1–1 Fenomena QRIS, Digital Payment dikuasai Pemain Nasional.
2. Team Money +. Money +. 2022. p. 1–1 Makin Signifikan, Begini Perkembangan QRIS di Indonesia.
3. Rifka IA. Kompas.com. 2022. p. 1–1 Mayoritas Digunakan UMKM, Saat ini Pengguna QRIS 23 Juta.
4. Dedi. Antaranews.com. 2023. p. 1–1 175.126 pedagang di Kalbar memanfaatkan QRIS per April 2022.
5. Ridhwan Mustajab. dataindonesia.id. 2023. p. 1–1 Ada 28,75 Juta Pengguna QRIS di Indonesia hingga Akhir 2022.
6. I wayan Arta Setiawan, Luh Putu Mahyuni. QRIS di Mata UMKM : Ekplorasi Persepsi dan n Intensi UMKM Menggunakan QRIS. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. 2020;9(19):921–46.
7. Luh Putu Mahyuni. Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS. JEBNI. 2021;23(4):735–47.
8. Septi Nur Faizani, Aries Dwi Indriyanti. Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital. JEISBI. 2021;02(02):85–93.
9. Novianti Indah Putri, Zen Munawar, Rita Komalasari. Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi. IAIL. 2023;(2597–3584):155–60.
10. Defi Insani, Fajar Sodik, Andi Ainun Mardiah. Actors Affecting The Intention Of Using QRIS In Sharia Mobile Banking During Covid-19 Pandemic(Model Modification Of Utaut 2). Jurnal Nisbah. 2022;8(2):76–92.
11. Hutami A Ningsih, Endang M. Sasmita, Bida Sari. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. IKRA-ITH EKONOMIKA. 2021 Mar;4(1):1–9.
12. Dhea Marsilia Ningsih. Pengaruh Penggunaan QRIS Pada Aplikasi Mobile Banking Bsi Terhadap Kelancaran Dan Keamanan Bertransaksi Non Tunai Bagi Para Pelaku Umkm (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Kedaton Bandar Lampung). [Lampung]: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung; 2022.
13. Dwi Riska Amalia, M. Ridwan Basalamah, Tri Sugiarti Ramadhan. Pengaruh Pembayaran Cashless Dengan Sistem QR Code, Perceived Trust Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Kota Malang). e – Jurnal Riset Manajemen. 2023;12(1):1541–8.
14. Katherine Amelia Dyah Sekarsari, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, Anton Subarno. Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Pada Merchant Di Wilayah Surakarta. Jikap. 2021 May;5(2):45–57.

15. Sri Anugrah Natalina, Arif Zunaidi, Risa Rahmah. Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Masa Pandemi Di Kota Kediri. *Istithmar: Journal of Islamic Economic Development*. 2021 Dec;5(2):43–62.
16. Kharisma Austin Makaba. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam. *MAMEN*. 2023;2(1):60–70.
17. Hardani SPd, MS, Nur Hikmatul Auliya GradCertB, Helmina Andriani MS, Roushandy Asri Fardani SSi, MP, Jumari Ustiaty SSi, MS. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Husnu Abadi, editor. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta; 2020.
18. Mahanum. Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal Of Education*. 2021 Jul;1(2):1–12.
19. Muhammad Muhyi, Hartono, Sunu Catur Budiyo. *Metodologi Penelitian*. Liknin Nugraheni, editor. Surabaya: Adi Buana University Press; 2018.
20. Nirmala A. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Ika A, editor. Semarang: Semarang University Press; 2012. 1–52 p.
21. Lida Puspaningtyas. *REPUBLIKA.CO.ID*. 2023. Ekosistem QRIS di Kalbar Terus Meningkat.
22. Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Behavioral Intention Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Kasus Pada Pengguna QRIS Di Jakarta Selatan).
23. garuda1358407.
24. (X₁) memiliki nilai singnifikansi sebesar 0,004 dengan nilai koefisien - 0,075 yang artinya memiliki penaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM.

LAMPIRAN

1. Hasil Output SPSS

Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Behaviroal Intension (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X5.1	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.785**	.612**	.714**	.150	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.428	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.785**	1	.611**	.801**	.040	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.834	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.612**	.611**	1	.649**	.295	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.714**	.801**	.649**	1	.212	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.262	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X5.1	Pearson Correlation	.150	.040	.295	.212	1	.440*
	Sig. (2-tailed)	.428	.834	.113	.262		.015
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.862**	.840**	.821**	.874**	.440*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Reliabilitas Item Pertanyaan untuk Variabel Behaviroal Intension (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Perseption (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.734**	.661**	.463**	.283	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.734**	1	.882**	.671**	.400*	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.661**	.882**	1	.788**	.517**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.463**	.671**	.788**	1	.847**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.283	.400*	.517**	.847**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.130	.028	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.757**	.882**	.919**	.899**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Item Pertanyaan untuk Variabel Perception (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.891	5

Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.746**	.703**	.566**	.597**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.746**	1	.897**	.658**	.682**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.703**	.897**	1	.690**	.566**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.566**	.658**	.690**	1	.676**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.597**	.682**	.566**	.676**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.830**	.926**	.897**	.837**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Realibilitas item Pertanyaan untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.913	5

LAMPIRAN ANALISIS DESKRIPTIF

Statistics

		BI_X1	P_X2	KP_Y
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Mean		20.27	19.17	20.6667
Median		20.50	20.00	20.5000
Std. Deviation		3.205	3.992	2.92826
Skewness		-.616	-.539	-.248
Std. Error of Skewness		.427	.427	.427
Kurtosis		.456	-.017	-.260
Std. Error of Kurtosis		.833	.833	.833
Minimum		12	10	15.00
Maximum		25	25	25.00
Sum		608	575	620.00

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	TS	1	3.3	3.3	6.7
	CT	6	20.0	20.0	26.7
	S	13	43.3	43.3	70.0
	SS	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	CT	5	16.7	16.7	20.0
	S	16	53.3	53.3	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	CT	6	20.0	20.0	23.3
	S	14	46.7	46.7	70.0
	SS	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	CT	6	20.0	20.0	23.3
	S	15	50.0	50.0	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	7	23.3	23.3	23.3
	S	8	26.7	26.7	50.0
	SS	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	TS	2	6.7	6.7	10.0
	CT	7	23.3	23.3	33.3
	S	13	43.3	43.3	76.7
	SS	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	10.0	10.0	10.0
	CT	6	20.0	20.0	30.0
	S	13	43.3	43.3	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	10.0	10.0	10.0
	CT	6	20.0	20.0	30.0
	S	13	43.3	43.3	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	10.0	10.0	10.0
	CT	7	23.3	23.3	33.3
	S	12	40.0	40.0	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	TS	1	3.3	3.3	6.7
	CT	7	23.3	23.3	30.0
	S	14	46.7	46.7	76.7
	SS	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	3	10.0	10.0	10.0
	S	18	60.0	60.0	70.0
	SS	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	6	20.0	20.0	20.0
	S	15	50.0	50.0	70.0
	SS	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	6	20.0	20.0	20.0
	S	16	53.3	53.3	73.3
	SS	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	5	16.7	16.7	16.7
	S	15	50.0	50.0	66.7
	SS	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CT	5	16.7	16.7	16.7
	S	16	53.3	53.3	70.0
	SS	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

UJI ASUMSI KLASIK

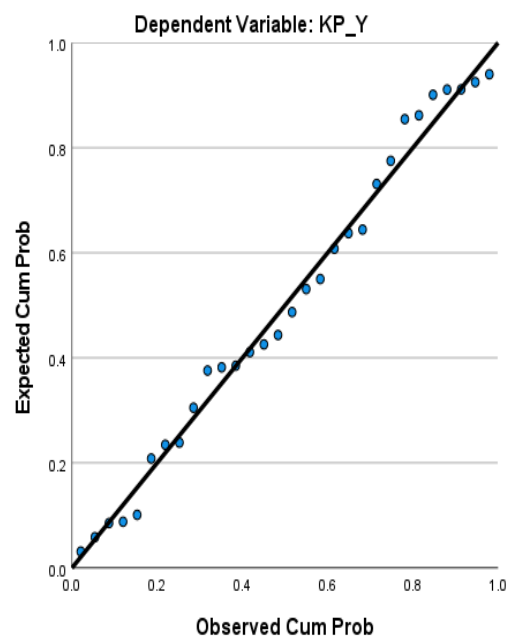
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000		
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.687	.956	1.046
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.066	.956	1.046

a. Dependent Variable: KP_Y

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

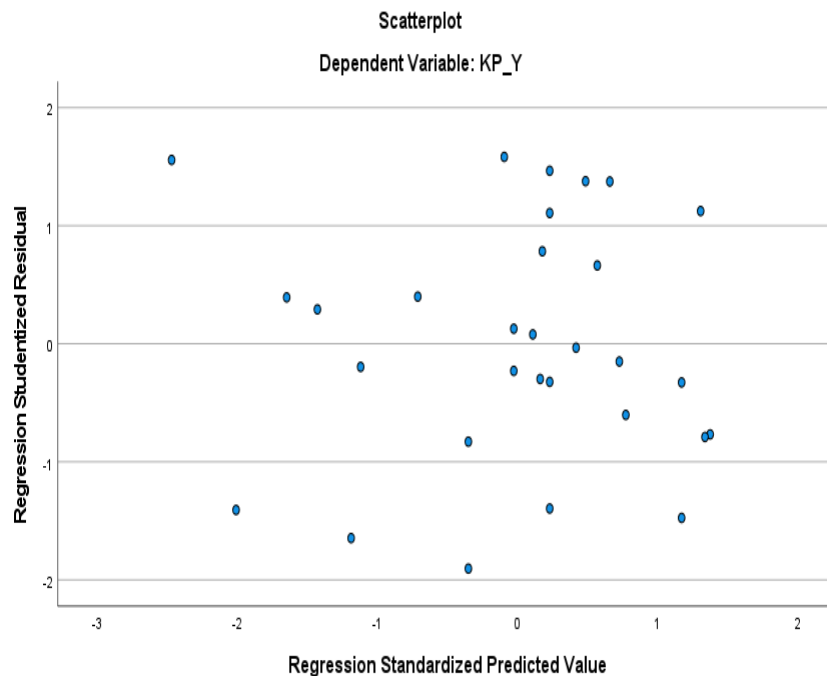


Uji Normalitas K-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.74721100
Most Extreme Differences	Absolute		.096
	Positive		.074
	Negative		-.096
Test Statistic			.096
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.664
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.652
		Upper Bound	.676

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Heteroskedastisitas



Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.944	2.162		.437	.666
	BI_X1	.097	.094	.199	1.032	.311
	P_X2	-.036	.076	-.092	-.479	.635

a. Dependent Variable: ABS_Res

ANALISIS REGRESI LINER BERGANDA

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.799	2	14.899	1.838	.001 ^b
	Residual	218.868	27	8.106		
	Total	248.667	29			

a. Dependent Variable: KP_Y

b. Predictors: (Constant), P_X2, BI_X1

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.004
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.003

a. Dependent Variable: KP_Y

UJI KOEFISIEN DERMINTASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.346 ^a	.120	.055	2.84714

a. Predictors: (Constant), P_X2, BI_X1

LAMPIRAN DRAF ARTIKEL



QRIS SAKTI UMKM: *Behavioral Intension* Dan Persepsi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Kota Pontianak)

¹ Delta Fenisa, ² Giarti Astriana, ³ Pratika Linanda, ⁴ Atin Sumaryanti, ⁵ Hence Made Aryasa

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas OSO Pontianak, Indonesia

INFO ARTIKEL

Kata kunci:
Behavioral Intension;
Perception;
Kepuasan Pengguna.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh *Behavioral Intension* dan Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Kota Pontianak).

Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan data primer, populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM khususnya pengguna QRIS Sakti yang berada di Kota Pontianak, tepatnya di Pontianak Selatan, Kelurahan Sungai Bangkong, Kalimantan Barat, dengan jumlah sampel sebanyak 30, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* sampling dan menggunakan SPSS 27 sebagai alat pengolahan data.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Behavioral Intension* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dimana nilai signifikansi sebesar 0,004 dan nilai koefisien sebesar -0,075 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, sedangkan *Perception* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan nilai koefisien sebesar 0,354 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM.

1. Pendahuluan

Sejak dikeluarkan mandat dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2022 kepada seluruh pelaku UMKM dan masyarakat untuk menggunakan QRIS guna menyongsong ekonomi digital dalam hal menciptakan efisiensi dan efektivitas layanan pembayaran nontunai di sektor retail yang inklusif khususnya segmen mikro maka QRIS menjadi salah satu inisiatif baru dalam hal pembayaran digital dan mendapat sambutan hangat dari masyarakat khususnya para pelaku ekonomi yang terbukti pada penghujung tahun 2022 BI mencatat adanya kenaikan *Banking digital* yang termasuk didalamnya *digital payment* berbasis QRIS yang semakin diminati masyarakat. Berdasarkan survei BI, QRIS menjadi urutan teratas diikuti dengan QR Code lainnya yakni Gopay, OVO, Link Aja, Paytren dan lainnya, disatu sisi dengan munculnya berbagai *platform* maupun *marketplace* yang membuka ruang semakin luas bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya guna menjangkau beberapa wilayah bahkan mancanegara yang mengharuskan pelaku UMKM harus mampu menghadapi perkembangan teknologi agar tidak ketinggalan dengan produk lainnya (Sandro Gatra, 2023). Sejak diluncurkan pada tahun 2019, perkembangan QRIS sangatlah cepat hingga tahun 2020 menjadi 20 juta pengguna merchant yang menggunakan QRIS (Team Money +, 2022) bertambahnya jumlah pengguna QRIS ini seiring dengan peningkatan inklusi keuangan Indonesia yang ditargetkan pada tahun 2024 dapat mencapai 90 persen (Rifka, 2022) dengan adanya perkembangan digitalisasi UMKM melalui QRIS, banyak UMKM di Kota Pontianak yang sudah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran nontunai, hingga sekarang terdapat 175.126 pedagang yang menggunakan QRIS untuk kemudahan transaksi yang artinya kesempatan untuk menggunakan *digital payment* makin mudah diakses oleh beberapa kalangan dan kesempatan untuk mengembangkan produk usaha juga semakin luas (Dedi, 2023). Berdasarkan data BI, jumlah pengguna QRIS di Indonesia sebanyak 28,5 juta pada tahun 2022 dengan mayoritas pengguna QRIS terbanyak berada di pulau Jawa yakni 20,95 juta, diikuti dengan pulau Sumatra sebanyak 4,75 juta pengguna QRIS sedangkan untuk Kalimantan sendiri sebanyak 1,25 juta yang menduduki posisi ketiga diikuti dengan pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua sebanyak 1,18 juta (Ridhwan Mustajab, 2023).

Meningkatnya mobilitas dan daya beli masyarakat membuat *digital payment* semakin meningkat termasuk QRIS yang juga diiringi dengan naiknya penggunaan QRIS karena proses yang mudah dan didukung oleh *smartphone* hal inilah yang menjadi daya tarik peneliti untuk meneliti lebih luas dan mendalam terkait penggunaan QRIS bagi UMKM Kota Pontianak dan seberapa besarnya pengaruh penggunaan QRIS tersebut berdampak pada *Behavioral Intension* dan Persepsi terhadap Kepuasan Pengguna.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berperan dalam peningkatan perekonomian di Indonesia dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan dan membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan, karakteristik UMKM di Indonesia terlihat jelas dengan banyaknya pelaku usaha yang tersebar di seluruh daerah dan juga mampu menyerap tenaga kerja, sampai saat ini UMKM merupakan salah satu sektor yang menopang perkenonomian Indonesia, tercatat pada tahun 2019 kontribusi sektor UMKM terhadap PDB terus meningkat sebesar 60.51 %, disini lain kontribusi sektor UMKM dalam hal penyerapan tenaga kerja juga sangat tinggi sebesar 96,92 %.

Berikut ini data perkembangan UMKM tahun 2018-2019 berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS,2020) terlihat bahwa perkembangan sektor UMKM dari tahun 2018-2019 tumbuh sebesar 1,98 % atau sebesar 1.271.440, sedangkan untuk Indikator Tenaga Kerja, terlihat bahwa Jumlah Tenaga Kerja yang bekerja di Sektor UMKM dari tahun 2018-2019 sebanyak 2,21 atau sebanyak 2.584.212 tenaga kerja yang terbagi kedalam beberapa Indikator sektor yaitu Usaha Mikro (Umi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB) yang masing-masing total menyerap tenaga kerja sebesar 9,66 %.

Tabel 1. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 - 2019

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2018 ^{*)}		TAHUN 2019 ^{**)}		PERKEMBANGAN TAHUN 2018-2019	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	64.199.606		65.471.134		1.271.528	1,98
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	64.194.057	99,99	65.465.497	99,99	1.271.440	1,98
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67	1.251.130	1,97
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783.132	1,22	798.679	1,22	15.547	1,99
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	60.702	0,09	65.465	0,10	4.763	7,85
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5.550	0,01	5.637	0,01	87	1,58
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	120.598.138		123.368.672		2.770.534	2,30
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	116.978.631	97,00	119.562.843	96,92	2.584.212	2,21
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	107.376.540	89,04	109.842.384	89,04	2.465.844	2,30
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	5.831.256	4,84	5.930.317	4,81	99.061	1,70
	- Usaha Menengah(UM)	(Orang)	3.770.835	3,13	3.790.142	3,07	19.307	0,51
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.619.507	3,00	3.805.829	3,08	186.322	5,15
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	14.838.756,0		15.832.535,4		993.779,4	6,70
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	9.062.581,3	61,07	9.580.762,7	60,51	518.181,3	5,72
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	5.605.334,9	37,77	5.913.246,7	37,35	307.911,8	5,49
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.423.885,1	9,60	1.508.970,1	9,53	85.085,0	5,98
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	2.033.361,3	13,70	2.158.545,8	13,63	125.184,5	6,16
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	5.776.174,7	38,93	6.251.772,7	39,49	475.598,1	8,23
4	PDB ATAS DASAR HARGA KONSTAN 2000 (A+B)	(Rp. Milyar)	9.995.305,9		12.309.904,8		2.314.598,9	23,16
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	5.721.148,1	57,24	7.034.146,7	57,14	1.312.998,6	22,95
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	2.927.890,5	29,29	3.701.368,0	30,07	773.477,5	26,42
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	1.355.705,7	13,56	1.536.961,1	12,49	181.255,3	13,37
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	1.437.551,9	14,38	1.795.817,7	14,59	358.265,8	24,92
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	4.274.157,9	42,76	5.275.758,1	42,86	1.001.600,2	23,43

Sumber : Bank Indonesia, 2020

*Kontak penulis

E-mail: deltafenisa@gmail.com

<http://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp>

ISSN: 2355 – 1038 (Print) ISSN: 2621 – 5098 (Online)

Tercatat pada Februari 2023, Jumlah Pengguna QRIS di Kalimantan Barat mengalami peningkatan sebanyak 391.857 dibandingkan pada tahun 2022 sebanyak 25.223 dimana peningkatan juga di perkuat dengan volume transaksi QRIS pada februari 2023 mencapai 1.233.427 transaksi selama tahun berjalan meningkat dibandingkan tahun 2022 hanya sebanyak 627.793 transaksi selama tahun berjalan (Lida Puspaningtyas, 2023) jumlah pengguna QRIS terbanyak didominasi oleh Kota Pontianak dengan jumlah pengguna QRIS sebanyak 111.772, diikuti Kota Singkawang, Kabupaten Ketapang, Kabupaten Kubu Raya dan Kabupaten Sambas dengan masing-masing total pengguna QRIS sebanyak 22.993 untuk Kota Singkawang, 22.530 Untuk Kabupaten Ketapang, 22.412 Untuk Kabupaten Kubu Raya, dan 16.688 Untuk Kabupaten Sambas.

2. Metode Penelitian

2.1 Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, menurut Sugiyono dalam kharisma bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu (Kharisma Austin Makaba, 2023). Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 2 (dua) tahapan metode penelitian meliputi Metode Observasi dan Metode Studi Pustaka (Hardani et al., 2020).

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Observasi sebagai metode pengumpulan data dapat mencapai hasil yang baik apabila observasi tersebut dilaksanakan berdasarkan petunjuk-petunjuk yang ada. Petunjuk yang bersifat umum yang mendasari setiap pelaksanaan observasi menurut (Winarno Surachmad, 2009) Pada metode ini peneliti melakukan observasi terjun langsung lapangan dan pengamatan terkait permasalahan yang terjadi di lapangan yang erat kaitannya dengan objek yang akan diteliti yaitu pengguna QRIS Sakti bagi UMKM Kota Pontianak

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Muhammad Muhyi et al., 2018)

Populasi penelitian ini adalah UMKM khususnya Pengguna QRIS yang berada di Kota Pontianak, terkhususnya pada Kecamatan Pontianak Selatan Kelurahan Sungai Bangkong, Teknik Pelaksanaan Observasi dan wawancara membutuhkan waktu sekitar 2 minggu (14 Hari Kerja) dengan data pelaku UMKM yang menggunakan QRIS Sakti tidak lebih dari 100 UMKM, dimana wawancara dilaksanakan setelah observasi dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan hasil observasi tentang subjek penelitian dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 Respon.

2.4 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel dependen (Y), variabel independen (X) dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengguna dan variabel independen *Behavioral Intension* dan *Perception*

2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas) Uji *Goodness Outfit* (Uji χ^2 dan Uji t) dan Analisis Regresi Beraganda

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas

3.1.1 Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Behavioral Intension (X_1)

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Behavioral Intension

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X5.1	Total X_1
X1.1	Pearson Correlation	1	.785**	.612**	.714**	.150	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.428	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.785**	1	.611**	.801**	.040	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.834	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.612**	.611**	1	.649**	.295	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.714**	.801**	.649**	1	.212	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.262	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X5.1	Pearson Correlation	.150	.040	.295	.212	1	.440*
	Sig. (2-tailed)	.428	.834	.113	.262		.015
	N	30	30	30	30	30	30
Total X_1	Pearson Correlation	.862**	.840**	.821**	.874**	.440*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel 3.1 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) Berkesimpulan Valid

3.1.2. Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Perception (X_2)

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Perception

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.734**	.661**	.463**	.283	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.734**	1	.882**	.671**	.400*	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.661**	.882**	1	.788**	.517**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.463**	.671**	.788**	1	.847**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.283	.400*	.517**	.847**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.130	.028	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.757**	.882**	.919**	.899**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel 3.2 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel *Perception* (X_2) Berkesimpulan Valid

3.1.3. Uji Validitas item Pertanyaan untuk Variabel Kepuasan Pengguna

Tabel 3.3.
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.746**	.703**	.566**	.597**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.746**	1	.897**	.658**	.682**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.703**	.897**	1	.690**	.566**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.566**	.658**	.690**	1	.676**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.597**	.682**	.566**	.676**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.830**	.926**	.897**	.837**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Sumber: Data Olahan (2023)

Dari tabel 3.3 diatas dapat dilihat bahwa untuk semua item pertanyaan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang artinya semua item pertanyaan pada variabel Kepuasan Pengguna (Y) Berkesimpulan Valid.

3.2. Uji Reliabilitas

3.2.1. Uji Reliabilitas Item Pertanyaan untuk Variabel Behavioroal Intension (X_1)

Berdasarkan tabel 3.4 dibawah ini terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel *behavioral Intension* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,823 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,823 > 0,70$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Reliabel

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel *Behavioal Intension*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Sumber: Data Olahan (2023)

3.2.2 Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Perception (X_2)

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Perception

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 3.5 diatas terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel *Perception* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,891 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,891 > 0,70$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Realiable

3.2.3 Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Untuk Variabel Kepuasan Pengguna

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	5

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 3.6 diatas terlihat bahwa hasil uji realibilitas untuk item pertanyaan variabel Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,913 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 0,70 atau $0,913 > 0,70$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini Realiable.

3.3. Uji Asumsi Klasik

3.3.1. Uji Normalitas

Tabel 3.7
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.74721100
Most Extreme Differences	Absolute		.096
	Positive		.074
	Negative		-.096
Test Statistic			.096
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.664
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.652
		Upper Bound	.676

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.7 diatas terlihat bahwa hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0,200, dengan asumsi bahwa jika nilai *Asymp* Signifikansinya lebih besar dari pada 0,05 ($>0,05$) maka terdistribusi normal, maka pada uji normalitas menyatakan bahwa hasil uji normalitas terdistribusi normal ($0,200 > 0,05$).

3.3.2. Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *uji Glejser* dengan dilakukan regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya, dengan asumsi jika nilai signifikansi variabel bebas dengan variabel absolute residual lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas, Berikut hasil Uji Heterokedastisitas tabel 3.8 dibawah ini:

Tabel 3.8
Hasil Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.944	2.162		.437	.666
	BI_X1	.097	.094	.199	1.032	.311
	P_X2	-.036	.076	-.092	-.479	.635

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.8 diatas Variavel *Behavioral Intension* (X_1) menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,311 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,311 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intension* tidak terjadi gejala heterokedastisitas, demikian pula dengan variabel *Perception* (X_1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,635 lebih besar dari 0,05 ($0,635 > 0,05$) maka dapat disimpulkan variabel *Perception* tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

3.3.3. Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini menggunakan uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan asumsi jika nilai tolerance $> 0,100$ dan VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas, berikut ini peneliti sajikan hasil uji Multikolinieritas menggunakan Uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel 3.9 dibawah ini:

Tabel 3.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000		
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.687	.956	1.046
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.066	.956	1.046

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.9 diatas terlihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai tolerance 0,956 lebih besar dari taraf signifikansi 0,100 ($0,956 > 0,100$) dan nilai VIF sebesar 1,046 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi ($1,046 < 10,00$) yang artinya variabel *Behavioral Intension* (X_1) pada uji Multikolinieritas sudah terpenuhi dan tidak terjadi gejala autokorelasi, sedangkan untuk Variabel *Perception* (X_2) memiliki nilai tolerance 0,956 lebih besar dari taraf signifikansi 0,100 ($0,956 > 0,100$) dan nilai VIF 1,046 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi ($1,046 < 10,00$) yang artinya variabel *Perception* (X_2) tidak terjadi gejala multokolinieritas.

3.4. Uji Simultan (Uji F)

Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka Variabel Independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen, berikut ini hasil uji Simultan (Uji F)

Tabel 3.10
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.799	2	14.899	1.838	.001 ^b
	Residual	218.868	27	8.106		
	Total	248.667	29			

a. Dependent Variable: KP_Y

b. Predictors: (Constant), P_X2, BI_X1

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.10 diatas pada pengujian simultan (Uji F), nilai signifikas sebesar 0,001 atau lebih kecil dari taraf singifikansi 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) dan variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengguna (Y).

3.5. Uji Hipotesis

3.5.1. Uji Parsial (Uji t)

Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka Variabel Independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, berikut ini hasil uji Parsial (Uji t) pada tabel 3.11 dibawah ini:

Tabel 3.11
Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.004
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.003

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber : Data Olahan (2023)

Pada tabel 3.11 diatas terlihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 yang artinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,004 < 0,05$ maka pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan untuk variabel *Perception* (X_2) nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3.6. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 3.12
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.084	3.871		4.414	.000
	BI_X1	-.069	.169	-.075	-.408	.004
	P_X2	.260	.135	.354	1.917	.003

a. Dependent Variable: KP_Y

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.12 diatas maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17.084 - 0,069X_1 + 0,260X_2$$

Interpretasi pada persamaan regresi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 17.084 memiliki arti bahwa variabel *Behavioral Intension* dan *Perception* yang diasumsikan bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pengguna adalah sebesar 17.084
2. Nilai Koefisiensi Regresi variabel *Behavioral Intension* bernilai negatif sebesar -0,069 artinya kenaikan satu persen / 1 % variabel *Behavioral Intension* akan menyebabkan penurunan terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,069.
3. Nilai Koefisien regresi variabel *Perception* bernilai positif sebesar 0,260 artinya apabila ada kenaikan 1 % (satu persen) variabel *perception* maka akan menyebabkan kenaikan kenaikan pada Kepuasan Pengguna sebesar 0,260.

3.7. Pembahasan dan Hasil Penelitian

3.7.1. Behaviroal Intension dan Kepuasan Pengguna

Dari tabel 3.11 dapat dilihat bahwa variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai singnifikansi sebesar 0,004 dengan nilai koefisien -0,075 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, dimana hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pamuji pada tahun 2023 (*Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Behavioral Intention Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Kasus Pada Pengguna QRIS Di Jakarta Selatan)*, n.d.) hasil dari penelitian dan pengujian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS Sakti, selain itu penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Meita pada tahun 2016 dimana *behavioral intension* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (*Garuda1358407*, n.d.), pada penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas pengguna QRIS maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna dan ini juga sejalan dengan semakin banyaknya jumlah pengguna QRIS di Kota Pontianak dengan total pengguna sebanyak 111.772, diikuti Kota Singkawang, Kabupaten Ketapang, Kabupaten Kubu Raya dan Kabupaten Sambas dengan masing-masing total pengguna QRIS sebanyak 22.993 untuk Kota Singkawang, 22.530 Untuk Kabupaten Ketapang, 22.412 Untuk Kabupaten Kubu Raya, dan 16.688 Untuk Kabupaten Sambas.

3.7.2. Perception dan Kepuasan Pengguna

Dari Tabel 3.11 dapat dilihat bahwa variabel *Perception* (X_2) memiliki nilai singnifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien 0,354 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, dimana hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rivai pada tahun 2017 dimana

persepsi terhadap kepuasan pengguna (X_1) Memiliki Nilai Signifikansi Sebesar 0,004 Dengan Nilai Koefisien -0,075 Yang Artinya Memiliki Pengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM, n.d.) artinya semakin tinggi tingkat persepsi pengguna terhadap suatu produk / layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu produk yang digunakan oleh pengguna, pada penelitian ini peneliti membuktikan bahwa persepsi terhadap QRIS Sakti terbukti berpengaruh positif dan signifikan dan sejalan juga dengan semakin banyaknya pengguna QRIS kalangan UMKM Khususnya UMKM yang ada di Kota Pontianak.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang QRIS Sakti UMKM: *Behavioral Intension* dan Persepsi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Kota Pontianak) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Behavioral Intension* Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna studi Kasus pada UMKM yang ada di Kota Pontianak tepatnya di Pontianak Selatan dimana pada pengujian Uji Parsial (Uji t) variabel *Behavioral Intension* (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 yang artinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,004 < 0,05$) maka pada variabel *Behavioral Intension* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, semakin tinggi intensitas pengguna QRIS maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna dan ini juga sejalan dengan semakin banyaknya jumlah pengguna QRIS di Kota Pontianak dengan total pengguna sebanyak 111.772 baik kalangan pelaku UMKM maupun Konsumen
2. Variabel *Perception* Berpengaruh Positif dan Singifikan terhadap Kepuasan Pengguna studi kasus pada UMKM yang ada di Kota Pontianak dimana variabel *Perception* (X_2) nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Perception* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna yang artinya semakin tinggi tingkat persepsi pengguna terhadap suatu produk / layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu produk yang digunakan oleh pengguna, pada penelitian ini peneliti membuktikan bahwa persepsi terhadap QRIS Sakti terbukti berpengaruh positif dan signifikan dan sejalan juga dengan semakin banyaknya pengguna QRIS kalangan UMKM Khususnya UMKM yang ada di Kota Pontianak

4.2. Saran dan Rekomendasi

1. Untuk pelaku UMKM yang sudah menggunakan QRIS Sakti perlu dilakukan sosialisasi ulang terkait pentingnya penggunaan QRIS dan kemudahan dalam melakukan pembayaran, yang tentunya juga akan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM
2. Untuk Pelaku UMKM yang belum menggunakan QRIS, sebaiknya segera menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran
3. Untuk Bank Indonesia disarankan untuk terus melakukan sosialisasi bukan hanya kepada konsumen akhir saya melaiknak kepada pelaku UMKM pemula agar memberikan kepercayaan dan kemudahan dalam bertransaksi

DAFTAR PUSTAKA

- Dedi. (2023, April 8). 175.126 pedagang di Kalbar manfaatkan QRIS per April 2022. *Antaranews.Com*.
- Defi Insani, Fajar Sodik, & Andi Ainun Mardiah. (2022). ACTORS AFFECTING THE INTENTION OF USING QRIS IN SHARIA MOBILE BANKING DURING COVID-19 PANDEMIC(MODEL MODIFICATION OF UTAUT 2). *Jurnal Nisbah*, 8(2), 76–92.
- Dhea Marsilia Ningsih. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN QRIS PADA APLIKASI MOBILE BANKING BSI TERHADAP KELANCARAN DAN KEAMANAN BERTRANSAKSI NON TUNAI BAGI PARA PELAKU UMKM (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Kedaton Bandar Lampung). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Dwi Riska Amalia, M. Ridwan Basalamah, & Tri Sugiarti Ramadhan. (2023). Pengaruh Pembayaran Cashless Dengan Sistem QR Code, Perceived Trust Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1541–1548.
- garuda1358407. (n.d.).
- Hardani, S. Pd. , M. S., Nur Hikmatul Auliya, Grad. Cert. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S. Si. , M. P., & Jumari Ustiaty, S. Si. , M. S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Husnu Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hutami A Ningsih, Endang M. Sasmita, & Bida Sari. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 4(1), 1–9.
- I wayan Arta Setiawan, & Luh Putu Mahyuni. (2020). QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI UMKM MENGGUNAKAN QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(19), 921–946.
- Katherine Amelia Dyah Sekarsari, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, & Anton Subarno. (2021). OPTIMALISASI PENERAPAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) PADA MERCHANT DI WILAYAH SURAKARTA. *JIKAP*, 5(2), 45–57.
- Kharisma Austin Makaba. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam. *MAMEN*, 2(1), 60–70.
- Lida Puspaningtyas. (2023, March 28). *Ekosistem QRIS di Kalbar Terus Meningkat*. *REPUBLIKA.CO.ID*.

- Luh Putu Mahyuni. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS. *JEBNI*, 23(4), 735–747.
- Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY : Journal Of Education*, 1(2), 1–12.
- Muhammad Muhyi, Hartono, & Sunu Catur Budiyo. (2018). *Metodologi Penelitian* (Liknin Nugraheni, Ed.). Adi Buana University Press.
- Nirmala, A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS* (A. Ika, Ed.). Semarang University Press.
- Novianti Indah Putri, Zen Munawar, & Rita Komalasari. (2023). Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi. *IAII*, 2597–3584, 155–160.
- Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Behavioral Intention Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Kasus Pada Pengguna QRIS Di Jakarta Selatan)*. (n.d.).
- Ridhwan Mustajab. (2023, February 1). *Ada 28,75 Juta Pengguna QRIS di Indonesia hingga Akhir 2022*. DataIndonesia.Id.
- Rifka, I. A. (2022, October 4). *Mayoritas Digunakan UMKM, Saat ini Pengguna QRIS 23 Juta*. Kompas.Com.
- Sandro Gatra. (2023, January 6). *Fenomena QRIS, Digital Payment dikuasai Pemain Nasional*. Kompas.Com.
- Septi Nur Faizani, & Aries Dwi Indriyanti. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital. *JEISBI*, 02(02), 85–93.
- Sri Anugrah Natalina, Arif Zunaidi, & Risa Rahmah. (2021). QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI STRATEGI SURVIVE USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI MASA PANDEMI DI KOTA KEDIRI. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 5(2), 43–62.
- Team Money +. (2022, December 20). *Makin Signifikan, Begini Perkembangan QRIS di Indonesia*. Money +.
- (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 dengan nilai koefisien -0,075 yang artinya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sakti UMKM,. (n.d.).